



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons  
Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional

Análisis de la multidestinación en tweets de candidatos presidenciales argentinos durante los conflictos electorales 2015 en Tucumán

Aniela Suray Ventura

Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 2, N.º 1, diciembre 2016

ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>

FPyCS | Universidad Nacional de La Plata

La Plata | Buenos Aires | Argentina

## Análisis de la multidestinación en tweets de candidatos presidenciales argentinos durante los conflictos electorales 2015 en Tucumán

**Aniela Suray Ventura**

[anielaventura@hotmail.com](mailto:anielaventura@hotmail.com)

---

Comisión Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET)  
Universidad Nacional de Buenos Aires  
Argentina

### Resumen

La campaña presidencial argentina del año 2015 tuvo una fuerte repercusión en la red social Twitter. Especialmente, por la activa presencia de los principales candidatos a presidente y vicepresidente en ella. En el contexto de esta campaña, se desarrolló un conflicto a raíz de las elecciones a gubernamentales en Tucumán, que duró 4 días y culminó con una reunión pública en conferencia de prensa de los candidatos a presidente de los principales partidos opositores al Frente Para la Victoria, la principal fuerza política en ese entonces. Durante ese período, estos candidatos y sus co-partidarios utilizaron sus cuentas oficiales de Twitter para exponer y mediatizar el conflicto y su relevancia.

El objetivo del presente estudio es comprender las estrategias discursivas (Menéndez, 2000; 2005) adoptadas por los candidatos de la oposición para la construcción discursiva de la imagen del pro y contradestinatario y la apelación al paradesinatario (Verón, 1987) en este período. Para ello, hemos desarrollado el análisis discursivo (Fairclough, 2000, 2003) de un corpus compuesto por todos los mensajes, publicados entre el 22 y el 30 de agosto de 2015, desde las cuentas oficiales de Twitter de los candidatos a presidente y vicepresidente de *Cambiamos* y *Frente Renovador*, en los que se abordan los temas: elecciones en Tucumán, conflicto tras los comicios y reunión de la oposición.

Buscaremos demostrar que, mediante diversas estrategias discursivas (Menéndez, 2000; 2005), basadas en la representación y la identificación (Fairclough, 2003), se realiza la construcción del contradestinatario como responsable de la (no) resolución del conflicto y una construcción dinámica del prodestinatario que varía entre la representación del propio partido y de la oposición como conjunto. Asimismo, se dará cuenta del desarrollo de estrategias discursivas para la construcción del paradesinatario como parte afectada del conflicto.

## 1. Introducción

Twitter fue una de las redes sociales más utilizadas por los candidatos políticos argentinos durante la campaña presidencial 2015. El estudio de los mensajes producidos y difundidos por los candidatos en sus cuentas oficiales nos permite analizar nuevas prácticas discursivas que impactan en las nuevas formas de hacer y entender la política.

En el presente estudio<sup>1</sup> en particular, partimos del concepto de multidesinación acuñado por Verón (1987) como rasgo distintivo del discurso político. A partir del mismo, nos proponemos dar cuenta de la construcción discursiva de los para, pro y contradestinatarios, en el discurso de los principales candidatos presidenciales argentinos opositores al oficialismo, en sus cuentas oficiales de Twitter, en el contexto particular de los conflictos electorales en Tucumán en el año 2015. Para ello, se ha abordado desde la perspectiva del análisis crítico del discurso (Fairclough, 2003) y del estudio de las estrategias discursivas (Menéndez, 2000;

---

<sup>1</sup> Esta ponencia se enmarca en la investigación de doctorado acerca del desarrollo del discurso de los candidatos presidenciales argentinos en Twitter durante las campañas electorales de 2011 y 2015, en el proyecto UBACyT "Transitividad y agentividad: el principio de gradualidad para la explicación semántico-discursiva de los procesos. Un enfoque sistémico-funcional". Cód: 20020130100581BA y en el PRI "Construcción de hegemonía discursiva e identidades políticas. En torno a las elecciones presidenciales de 2015".

2005) un corpus compuesto por todos los mensajes publicados, desde las cuentas oficiales de Twitter de los candidatos a presidente y vicepresidente de los dos partidos con mayor intensidad de voto en las elecciones PASO<sup>2</sup>, entre el 22 y el 30 de agosto de 2015, en los que se aborden tópicos vinculados con el conflicto electoral en Tucumán.

En esta ponencia, presentaremos los resultados de dicho análisis y los ilustraremos con el desarrollo de una serie de ejemplos.

## 2. Marco teórico

En el presente estudio, partimos de la concepción de Fairclough (2003) acerca del discurso como práctica social. En términos de este autor, los textos producen efectos sociales y, particularmente, en las relaciones de poder.

En lo referente a nuestro objeto particular de estudio, el discurso político, Verón (1987) postula como característica primordial la multidestinación. Es decir la construcción de tres destinatarios. El primero es un destinatario positivo o prodestinatario, aquel que “participa de las mismas ideas, adhiere a los mismos valores y persigue los mismos objetivos que el enunciador” (Verón, 1987: 17), con quien el enunciador se vincula mediante lo que se denomina la “creencia presupuesta”. Por otra parte, se identifica un destinatario negativo o contradestinatario que se caracteriza por estar excluido del colectivo de identificación y se encuentra unido al enunciador por medio de una “inversión de la creencia” (Verón, 1987: 17). Finalmente, Verón (1987) señala que, en contextos democráticos, el discurso político construye un tercer destinatario, el indeciso, aquel a quien se busca persuadir, el paradesinatario.

A los fines de nuestra investigación, retomamos esta característica del discurso político a través de la definición propuesta por Raiter (2009) quien entiende por discurso político a aquel que es producido en un evento comunicativo donde se presenta un único emisor responsable que es identificado socialmente como líder de un partido o movimiento político y otros participantes que ofician de seguidores. Esta clase de discurso tiene como fin producir un cambio y/o confirmación de conductas, creencias y actitudes a partir de la presentación de una pararealidad discursiva que genera una ilusión de referencialidad. Además, el enunciador político atiende a los temas de la Agenda; impone nuevos tópicos; y opera sobre los pro,

---

<sup>2</sup> Elecciones primarias, abiertas, simultáneas y obligatorias, previas a las elecciones generales, en las que se define qué partidos están habilitados a presentarse a las elecciones nacionales y la lista que representará a cada partido político. En el año 2015, en Argentina, tuvieron lugar el 9 de agosto.

para y contradestinatarios reforzando creencias, persuadiendo y/o refutando, según corresponda.

### **3. Marco metodológico**

Fairclough (2003) señala la existencia de tres formas en las que el discurso se constituye como parte de una práctica social: los géneros, discursos y estilos. Estos se relacionan, a su vez, con tres tipos de significación: la representación, que permite dar cuenta de los estados de cosas y se relaciona con el conocimiento y el control sobre las mismas; la acción, mediante la cual el texto funciona como una forma de interactuar en los eventos sociales, de establecer vínculos interpersonales y relaciones de poder; y la identificación, que permite establecer el posicionamiento del emisor ante aquello a lo que se refiere. A los fines de este estudio, nos concentraremos, especialmente en las primeras dos clases de significación que nos permitirán dar cuenta de la construcción discursiva de los distintos destinatarios y la interacción establecida con ellos.

Al estudiar la representación, analizaremos los procesos seleccionados en cada cláusula<sup>3</sup> y los participantes asociados, en términos de Halliday (1970). Asimismo, daremos cuenta de la selección de metáforas léxicas y gramaticales (Halliday, 1970; Fairclough, 2003), estudiaremos la selección de presupuestos e implicaturas y las relaciones intertextuales (Fairclough, 2003) que, en la mayoría de los casos analizados en nuestro estudio, se vincularán con el recurso del retweeteo. Es decir, con la posibilidad que ofrece Twitter de presentar en la propia cuenta el mensaje emitido por otro usuario, de manera textual y con reposición de su fuente, con solo presionar un botón.

Al estudiar la acción, analizaremos, fundamentalmente, las funciones de habla, entendidas en términos de oferta y demanda de acción o información.

Finalmente, para sistematizar el análisis, retomaremos el concepto de estrategia discursiva (Menéndez, 2000; 2005) definida como la combinación recurrente de determinados recursos gramaticales y pragmático discursivos.

### **4. Corpus y metodología**

El corpus a abordar se ha establecido a partir del relevamiento de todos los mensajes producidos, entre el 22 de agosto (día previo a las elecciones en Tucumán) y el 30 de agosto (una semana después de los comicios), por los candidatos a presidente y vicepresidente de los dos partidos opositores al Frente

---

<sup>3</sup> Cláusula: unidad mínima de análisis de la lingüística sistémico funcional.

para la Victoria (FPV)<sup>4</sup> que han recibido mayor cantidad de votos durante las elecciones PASO 2015: Mauricio Macri y Gabriela Michetti, por “Cambiemos”, y Sergio Massa y Gustavo Sáenz, por el “Frente Renovador”. Esta pesquisa tuvo como finalidad identificar todos aquellos mensajes –propios o de otros usuarios-, publicados desde las cuentas oficiales de estos candidatos, en los que se hiciera referencia a los conflictos electorales en Tucumán y sus consecuencias en las jornadas posteriores. Dio lugar a un corpus conformado por 8 tweets publicados en la cuenta oficial de Mauricio Macri, 14 de Gabriela Michetti, 14 de Sergio y 21 de Gustavo Sáenz.

Una vez recopilado el corpus, se segmentó los mensajes en cláusulas, se las clasificó atendiendo a los distintos tópicos abordados y se las analizó mediante grillas que nos permitieron sistematizar el estudio de cada uno de los aspectos señalados en el marco metodológico. Finalmente, se relevaron las estrategias discursivas desarrolladas a partir de la selección y combinación recurrente de distintos recursos. Presentaremos, a continuación, los resultados de dicho estudio a partir del análisis particular de ciertos casos ilustrativos.

## 5. Resultados y análisis

### 5.1 Análisis cuantitativo de tópicos

En el corpus seleccionado, se ha detectado el desarrollo de diversos tópicos vinculados con el conflicto electoral en Tucumán. Presentaremos, en la siguiente tabla, el resultado de un análisis cuantitativo que nos permitirá observar la recurrencia de la construcción de los diversos destinatarios en los mensajes de los candidatos.

Tabla 1: porcentajes de tópicos abordados

Tópico que predomina en la cláusula	Macri	Michetti	Massa	Sáenz
Hechos sucedidos en Tucumán	41%	50%	50%	57%
Yo candidato	11%	6%	6%	0%
Prodestinatario	18%	0%	25%	17%
Contra destinatario	9%	15%	0%	3%
Paradestinataro	9%	13%	0%	16%

<sup>4</sup> El FPV fue el partido que presidió el país entre el año 2003 y el 2015.

Otros	12%	16%	19%	7%
-------	-----	-----	-----	----

Tal como se desprende de la tabla 1, la mayoría de las cláusulas producidas por los candidatos se concentran en la construcción discursiva de los hechos producidos en Tucumán, aspecto que hemos desarrollado en estudios previos (Ventura, 2016). Respecto de la multidestinación, que es el objeto de estudio del presente análisis, se observa que Mauricio Macri, Sergio Massa y Gustavo Sáenz se concentran en la construcción de los prodestinatarios. Además, se detecta, en el caso de los dos candidatos de *Cambiemos*, una cantidad similar de cláusulas concentradas en los contra y paradesinatarios. Massa no desarrolla la construcción de esta clase de destinatarios; pero su co-partidario, Sáenz, presenta una serie de cláusulas en las que apela a los paradesinatarios y una cantidad acotada en la que construye al contradestinatario.

## 5.2. Construcción discursiva del contradestinatario

Según lo previamente presentado, son los candidatos de Cambiemos quienes concentran mayores energías discursivas en la construcción del contradestinatario. Se han observado diferencias relevantes entre la construcción realizada por Gabriela Michetti y la desarrollada por Mauricio Macri.

La candidata a vicepresidente de este partido es la única que involucra al FPV con denuncias de corrupción electoral. Para ello, realiza el retweet de una serie de mensajes producidos por un periodista del diario *Clarín*<sup>5</sup>. A nivel de representación, en estos mensajes predominan los procesos materiales, relacionados con sucesos o acciones concretas que suceden sobre el mundo material. Se selecciona como actor al FPV de manera explícita en una de las primeras cláusulas y tácita en las que preceden. Como ejemplo, se puede observar la siguiente serie:

<sup>5</sup> Periódico argentino reconocido por su línea editorial opositora al FPV.

## Ejemplo 1: mensajes retwitteados en la cuenta oficial de Gabriela Michetti 23/08/2015



En estas cláusulas, se construye la imagen del contradestinatario de manera negativa a partir del desarrollo de implicaturas conversacionales particularizadas. La denuncia de corrupción no se realiza explícitamente sino que el periodista ofrece información (afirma) acerca de prácticas como esconder, apilar y repartir bolsones, y presenta fotografías que prueban sus afirmaciones. Por su carga semántica, el ítem léxico “esconden” presenta una connotación negativa dado que aquello que se esconde es incorrecto, prohibido o corrupto. Además, se espera que los destinatarios infieran que estas prácticas implican “compra de votos”. De este modo, la afirmación toma el valor de denuncia. Se confirman, así, las creencias del prodestinatario y se busca persuadir al paradestinatario acerca de las prácticas corruptas que involucran al contradestinatario.

El hecho de que Gabriela Michetti decida presentar estas denuncias por medio del recurso del retweet, que funciona como cita textual, la distancia de la responsabilidad acerca de estas afirmaciones.

Mauricio Macri, por su parte, tras las denuncias de fraude en Tucumán, la consecuente manifestación nocturna del 23 de agosto ante el palacio de gobierno de esa provincia y la represión de la misma, construye al contradestinatario como quien debe responsabilizarse por los hechos acontecidos. Como ejemplo de ello, puede analizarse el siguiente mensaje:

Ejemplo 2: mensaje publicado en la cuenta oficial de Mauricio Macri 24/08/2015.



Este tweet se constituye como una demanda de acción a la oposición. Esto se reitera en otros mensajes del corpus de este candidato, en los que se incrementa el grado de obligatoriedad sobre la demanda. Mientras que en el ejemplo 2 se observa el modalizador “pedimos”, en mensajes posteriores se encontrarán modalizadores tales como “deben” en el ejemplo 3: “El gobernador José Alperovich, Cristina Kirchner y Daniel Scioli, deben hacerse cargo de garantizar la paz en la provincia”<sup>6</sup>. Si bien en ambos casos se trata de demandas de acción, el ejemplo 2 es un pedido mientras que el 3 tienen valor de exigencia.

En este sentido, resulta destacable la mención a Scioli dado que, ni como gobernador de la Provincia de Buenos Aires (cargo que ocupaba en el momento de emisión de este mensaje) ni como candidato, tenía ninguna posibilidad fáctica de decidir ni ejecutar sobre la seguridad ni la regularidad de los comicios en la provincia de Tucumán. Consecuentemente, podemos postular que estos mensajes tienen como principal finalidad construir la imagen de los contradestinatarios (Verón, 1987) –especialmente del adversario en la candidatura- como responsables de los hechos en Tucumán que no “se harán cargo” de darle una solución a los mismos, lo cual conducirá a la reunión de la oposición.

Estas estrategias discursivas se reiteran en tweets producidos en la cuenta de Gabriela Michetti horas después de la publicación de Mauricio Macri.

En la tabla 1, hemos observado que en el caso de los candidatos del Frente Renovador se despliegan escasas estrategias discursivas para la construcción del contradestinatario y que los candidatos de este partido se concentran, fundamentalmente, en la construcción de los para y contradestinatarios, como se observará en los próximos apartados.

---

<sup>6</sup> Este ejemplo es un fragmento extraído de una publicación de Facebook del candidato que es difundida, el 25 de agosto, en su cuenta de Twitter mediante un hipervínculo que acompaña al tweet “Que se hagan cargo de garantizar la paz”.



### 5.3. Construcción de los prodestinatarios

Tal como se ha señalado en el marco teórico, el prodestinatario es aquel con quien en enunciador se vincula compartiendo creencias e ideas. La relación que se construye entre ambos da lugar a la construcción de un "colectivo de identificación" que, en el plano de la enunciación, está marcado por el "nosotros". En el corpus analizado, se observan diversos recursos asociados a la construcción del prodestinatario. El primero de ellos es de índole pragmática y se encuentra totalmente vinculada al uso de Twitter. Se trata del retwiteo de mensajes de copartidarios de distintas áreas del gobierno y, en menor medida, de seguidores que se manifiestan como afines a su partido. Este recurso es implementado fundamentalmente por los candidatos a vicepresidente estudiados. De hecho, el 36% de los mensajes que conforman el corpus de Gabriela Michetti y el 86% de Gustavo Sáenz son retwiteos. En este sentido, este recurso les permite avalar sus afirmaciones mediante citas directas e incitar al paradesinatario a que se movilice sin hacerse cargo directamente de dicha apelación. Tal es el caso de la siguiente serie de Gustavo Saenz:

Ejemplo 3: mensaje retwitteado en la cuenta oficial de Gustavo Sáenz 25/08/2015



En este caso, el candidato retwitea una serie de tweets de un militante de su partido. Las cláusulas de esta serie, se manifiestan como declaraciones pero constituyen metáforas pragmáticas ya que, en realidad, su función principal es la de demandar acción, apelando al pro y paradesinatario a movilizarse. En primer lugar, a nivel de representación, nos encontramos con una cláusula con proceso relacional circunstancial identificativo elidido, mediante la cual se identifican los lugares de encuentro de una protesta en Buenos Aires. Al encabezar la cláusula con el sujeto lógico y psicológico "Puntos de hoy" se parte del presupuesto de que los receptores conocen la organización de una marcha para ese mismo día. Con esto,

se busca reforzar la creencia del prodestinatario e informar al paradesinatario. La segunda cláusula se caracteriza por la presencia del proceso de comportamiento "marchamos" que selecciona como actuante tácito a un "nosotros inclusivo". Se refuerza así la función de demanda previamente señalada. Este primer mensaje se complementa con el segundo de la serie en el que se presenta el proceso de comportamiento nominalizado "marcha". En este caso, la construcción de tal metáfora gramatical tiene como finalidad otorgarle entidad a la actividad. Se selecciona como actuante al metacolectivo "todos" que generaliza a los destinatarios englobándolos bajo este término amplio. Asimismo, la circunstancia "x la democracia" se desarrolla en base al presupuesto de que la democracia se encuentra en peligro y de que los prodestinatarios conocen las causas.

Esta serie retwitteada por Gustavo Sáenz resulta especialmente relevante dado que mediante ella se apela a los pro y paradesinatarios a una protesta que se presenta como ya organizada pero que, finalmente, no se desarrolló. El hecho de que el candidato no haya realizado directamente la convocatoria sino que se haya limitado a difundir lo planteado por una figura menor de su partido, le quita peso al impacto político que podría haber tenido el fracaso de la misma.

Mediante el recurso del retweeteo, la presentación de implicaturas conversacionales que se desarrollan a partir de un conjunto de conocimientos y creencias compartidas, como se ha podido observar en el ejemplo 1 y la utilización del nosotros inclusivo como recursos predominantes, se construye un prodestinatario amplio que es todo aquel que siga al partido y comparta las ideas manifestadas por el candidato.

No obstante, en el caso del corpus estudiado, los candidatos del Frente Renovador construyen un prodestinatario particular que es "nosotros la oposición". Esto los diferencia de los candidatos de *Cambiamos* que, a pesar de que participan de la reunión del bloque opositor, no construyen esta clase de prodestinatario. Todos los retwiteos y referencias que hacen Mauricio Macri y Gabriela Michetti al prodestinatario son hacia adentro del propio partido. La razón de esta diferencia puede radicar en el hecho de que el *Frente Renovador* era, en ese momento, la tercer fuerza política y, por lo tanto, le resultaba más conveniente que al partido de Mauricio Macri (principal opositor del oficialismo) identificarse con un bloque opositor más amplio.

Veremos, en el siguiente ejemplo, algunas de las estrategias desplegadas por Sergio Massa para realizar esta construcción discursiva:

#### Ejemplo 4: mensaje publicado en la cuenta oficial de Sergio Massa



Este mensaje se encuentra compuesto por una cláusula principal, que abarca todo el tweet, y una incrustada, "brindarle nuestro respaldo al pueblo tucumano". La primera presenta el proceso de comportamiento "reunimos" y selecciona como actuante a un nosotros exclusivo que representa al metacolectivo singular (Verón, 1978) "la oposición". La tematización del elemento referencial "nos" y el proceso "reunimos" funciona como opción marcada (Halliday, 1970) y señala que se le otorga especial relevancia al hecho de haberse reunido. La subcláusula "brindarle nuestro respeto al pueblo tucumano" por su parte, presenta el proceso material "brindar respaldo" al que subyace una metáfora léxica fosilizada, que se encuentra cargada de estima social. Se construye, de este modo, al prodestinatario como un agente que realiza acciones positiva.

Se presenta, además, mediante el metacolectivo singular "el pueblo tucumano", a un paradesinatario particular al que se refieren todos los candidatos en sus mensajes. A este destinatario se lo encuentra mencionado, también, como "los tucumanos". Profundizaremos, a continuación, en la construcción de esta clase de destinación.

#### ***5.4. Construcción de los paradesinatarios***

En la mayoría de los mensajes que conforman el corpus, se observa la voluntad de persuadir al paradesinatario de tres cuestiones: de la gravedad de los hechos de corrupción y posterior represión acontecidos en Tucumán, de la responsabilidad del oficialismo ante esos hechos (ya sea como culpable de actos de corrupción, como se ha observado en el ejemplo 1, o como quien "debe garantizar la paz" –y no lo hace–, como se ha observado en el ejemplo 2) y de lo positivo de la reunión de la oposición.

Las principales estrategias que se despliegan para ello son: el desarrollo de afirmaciones que tienen como finalidad inicial presentar información con carácter

realista –en muchos casos acompañadas de fotografías que corroboran aquello que se afirma–; el retweeteo de varios usuarios para establecer una presentación polifónica de los hechos, que podría resultar más persuasiva al mostrar que son varias las personas que afirman lo mismo; el retweeteo de mensajes publicados en cuentas oficiales de periodistas y medios masivos de comunicación y la reproducción de capturas de pantallas de emisiones televisivas que, mediante la transposición mediática, evidencian que la presentación del conflicto excede las fronteras de las redes sociales; la selección de colectivos amplios como “ciudadanos”, “argentinos” o “los tucumanos” y de metacolectivos singulares (Verón, 1978) como “la gente” o “el pueblo tucumano”; y la publicación de mensajes en los cuales, mediante la selección del nosotros inclusivo, la pregunta retórica y otras estrategias discursivas, se busca persuadir al paradesinatario, tal como puede observarse en el siguiente ejemplo:

Ejemplo 5: mensaje publicado en la cuenta oficial de Gabriela Michetti 22/08/2015



En la cláusula inicial de este mensaje, la candidata apela directamente a un nosotros inclusivo que lleva a la construcción del paradesinatario como alguien a quien se interpela, mediante la pregunta retórica, respecto de un proceso mental que lo compromete.

Por otra parte, la subcláusula “en estas elecciones nacionales se continúa c/ las trampas de siempre” presenta una meta con un alto grado de abstracción y presuposición: “las trampas de siempre”. Se espera que el paradesinatario pueda reponer la especificidad de esta proposición a partir de la intertextualidad con los mensajes previamente publicados por la candidata y sus competencias enciclopédicas acerca de las prácticas corruptas en la política argentina.

Respecto de la cláusula “ya tenemos un adolescente muerto”, se observa, en primer lugar un proceso relacional atributivo que compromete como portador a los pro y paradesinatarios junto con la candidata, mediante la selección del nosotros inclusivo. Este proceso selecciona como atributo a “un adolescente muerto”, lo cual genera una metáfora léxica dado que se le otorga el carácter de posesión a una persona muerta y de poseedor al colectivo representado por el “nosotros” tácito.

En este caso, la candidata amplía el alcance de la situación conflictiva construida: relaciona los conflictos electorales en Tucumán con la muerte del militante radical Ariel Velázquez, acontecida en Jujuy el 19 de agosto tras haber sido baleado el 8 de agosto con causas que, mediáticamente, se asociaron a su participación política. De esta manera su mensaje resulta especialmente apelativo dado el impacto emocional que puede generar referir a la muerte de un joven y presentarlo como atributo del nosotros inclusivo, como parte de una gran familia o comunidad compuesta por el asesinado, la candidata y los paradesinatarios. Asimismo, se construye a estos destinatarios como parte afectada en el conflicto al ser contruidos como poseedores de “un adolescente muerto”.

## 6. Conclusiones

En 1978, Verón postula a la multidesinación como rasgo distintivo del discurso político. Casi cuarenta años después y ante un discurso político atravesado por nuevas prácticas como el uso de Twitter para producir y difundir mensajes, cabe preguntarse por la continuidad de este rasgo y las características que adopta. En el presente estudio, hemos abordado el análisis de un corpus particular, ceñido a la coyuntura del conflicto electoral en Tucumán, que nos ha permitido comprobar que, al menos en esta clase de contextos, se despliega la construcción discursiva de los tres destinatarios propuestos por Verón (1978).

Se ha observado que, durante el período del conflicto en Tucumán, los candidatos de *Cambiamos* desplegaron distintas estrategias para construir al FPV como contradesinatarario. Por un lado, mediante el retwiteo de mensajes de un periodista en los cuales se realizaban afirmaciones en las que se operaba a partir de presupuestos e implicaturas, se lo presentó como actor involucrado en actos de corrupción electoral. Por otra parte, mediante mensajes que tenían la función de habla de demandas de acción se lo contruyó como quien debía responsabilizarse por garantizar la paz. Todos los procesos en los que se involucró a los contradesinatararios se encontraban vinculados con la sanción social. Se generó, de este modo, la imagen del FPV como un agente negativo, responsable del conflicto y que no atendió las demandas de subsanarlo.

Por otra parte, la mayoría de los candidatos desplegaron estrategias para la construcción de prodesinatararios. En el caso de los candidatos de *Cambiamos*, mediante el retwiteo, se presentó la voz de militantes y miembros del partido cuyas opiniones se condecían con las de los candidatos estudiados reforzando, de este modo, las creencias compartidas. Esta estrategia también fue desplegada por

los políticos del *Frente Renovador*. No obstante, en las cuentas de Twitter de estos últimos, se ha observado, además, la construcción del prodestinatario “nosotros la oposición”. Este colectivo se presentó, fundamentalmente asociado con la estima social. Al producirse en el contexto de la campaña electoral, esta construcción discursiva le permitió a Sergio Massa mostrarse como parte de un grupo más amplio que su propio partido, como parte del bloque opositor.

Además, en los mensajes de todos los candidatos se construyó y apeló al paradesinatario. Se desplegaron diversas estrategias pragmático-discursivas para persuadirlo de la relevancia del conflicto. Se le mostró el impacto de la corrupción electoral y la represión en Tucumán y se lo construyó como parte afectada. De esta manera, se buscó que el paradesinatario se persuadiera de lo beneficioso que resultaba la reunión de la oposición para el futuro cívico del país.

Más allá de las diversas estrategias discursivas que hemos observado que han desplegado los candidatos para la construcción de la multidesinación, consideramos especialmente relevante, en este estudio, el empleo que los políticos han realizado del retwiteo. Este recurso propio de Twitter les permitió a los realizar citas directas de sus prodestinatarios –tanto co-partidarios como periodistas y medios masivos de comunicación-. De este modo, se buscó, por una parte, apelar al paradesinatario poniendo en escena una multiplicidad de voces que avalaran aquello que se afirmaba. Por otra parte, intentar movilizar al prodestinatario sin asumir la responsabilidad de que dicha convocatoria fallara. Y, finalmente, presentar al contradestinario como responsable de corrupción sin responsabilizarse del peso de dichas denuncias.

Tanto la cuestión de la multidesinación como el impacto que en ella pudiesen tener prácticas propias de Twitter como el retwiteo son cuestiones que se encuentran en una etapa inicial de indagación en nuestra investigación. Su análisis en corpus más amplios que el aquí estudiado nos permitirán arribar a resultados más concluyentes.

## Bibliografía

- Fairclough. (2003). *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. . Londres: Routledge.
- Fairclough, N. (1993). *Discourse and Social Change*. Cambridge – Oxford: Black well Publishers.
- Fairclough, N. (2000). Representaciones del cambio en el discurso neoliberal. Cuaderno de relaciones laborales, 13-35.

- Menéndez, S. M. (2000). Estrategias discursivas: principios metodológicos para el análisis pragmático del discurso. En d. B. P. (Ed.), *Lengua, discurso, texto* (I simposio Internacional de Análisis del discurso) (págs. 926-945). Madrid: Visor.
- Menéndez, S. M. (2005). ¿Qué es una estrategia discursiva? *Actas del Congreso Internacional: Debates Actuales. Las teorías críticas de la literatura y la lingüística*. Buenos Aires: FFyL UBA.
- Nabel, L. C. T. (2010). "Redes sociales y efectos políticos. Reflexiones sobre el impacto de twitter México". *Sociología y tecnociencia*, (2), 63.
- Ventura, A. (2016) "Tucumán, tumba de la democracia. Análisis multimodal de los tweets de candidatos presidenciales argentinos tras las denuncias de fraude en Tucumán" en *Actas de II Jornadas nacionales y regionales de lingüística sistémico funcional*. FHUC UNL. (En prensa).
- Verón, E. (1987). *La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política*. En V. e. al., *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*. Buenos Aires: Hachette.